CASH

Suplemento económico de Página/12

Domingo 6 de setiembre de 1992 - Año 3 - Nº 124

A pesar de que el salario real es ahora un 35% más bajo que el de 1984, los empresarios aseguran que el costo laboral comparado con el de los países vecinos debilita las posibilidades de competir en el marco más liberalizado que plantea el MERCOSUR. Un estudio que FIEL preparó para la Cancillería muestra que:

- El salario de bolsillo de un obrero industrial argentino es un 46% más alto que el de un brasileño.
- La diferencia de los costos laborales totales es aún mayor porque los denominados impuestos al trabajo son más elevados aquí que en Brasil.
- Por cada 100 pesos de salario de bolsillo un empresario argentino desembolsa 188,4 y un brasileño 167,1.

LOS COSTOS LABORALES ARGENTINOS SON 60% MAYORES QUE EN BRASIL

EL TRAJE MAS CARO DEL MERCOSUR

SALARIOS

CUADRO 1

COSTOS LABORALES EN VALORES ABSOLUTOS

(expresados en dólares a junio del '92)

País	R. Neta	R. Bruta	CUT	CTET
Argentina	490,9	602,4	924,0	1008,0
Brasil	335,9	369,1	561,1	626,4
Chile	536,7	611,3	751,2	825,3
Paraguay	150,3	166,0	218,5	241,9
Uruguay	451,2	589,9	833,8	900,7

Fuente: FIEL, elaborado en base a salarios medios declarados por los organismos oficiales de estadísticas de cada país.

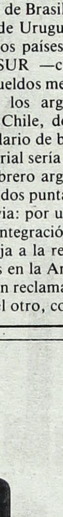
Ricardo Balleste

Juan Luis Bour, economista jefe de FIEL y responsable de la investigación sobre costos laborales.

(Por Rubén Furman) Un típico trabajador industrial brasileño cobra un salario de bolsillo 31,5 por ciento inferior al de un operario argentino. A su vez, un empresario paulista paga por ese empleado una erogación total equivalente al 62 por ciento de la de su par argentino. Pero los *costos laborales* argentinos no sólo son mayores a los de Brasil. Lo son además respecto de Uruguay y Paraguay, los otros dos países que integran el MERCOSUR —cuyos trabajadores cobran sueldos medios bastante inferiores a los argentinos—, y también de Chile, donde —sin embargo— el salario de bolsillo del operario industrial sería algo mayor que el de un obrero argentino. La consecuencia a dos puntas de estas cifras es casi obvia: por un lado, que el proceso de integración regional en curso empuja a la rebaja de los costos laborales en la Argentina, tal como lo vienen reclamando los empresarios. Por el otro, coloca a los trabajadores locales en situación de desventaja frente a sus pares extranjeros, como lo acaba de demostrar la ''importación'' de albañiles brasileños para construir un shopping a bajísimo costo.

Estos datos están contenidos en un pormenorizado dossier sobre la realidad de los mercados laborales de cinco países de la región que acaba de publicar el Centro de Economía Internacional de la Cancillería argentina. Aunque muchos integran la batería habitual de argumentos domésticos del empresariado argentino, la investigación concreta fue realizada por la Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas (FIEL) por encargo del Gobierno. La designación de una consultora empresaria para realizar las mediciones provocó algunas suspicacias sobre un eventual sesgamiento metodológico, pero lo cierto es que se trata hasta ahora del único estudio sistemático y comparativo de los sistemas y costos laborales en el MERCOSUR. Si no surgiera otro informe, terminará fijando el eje de la discusión entre funcionarios, representantes patronales y sindicalistas de los cuatro países que —como ocurrió la última semana en Montevideo— debaten sobre las ''asimetrías laborales'' entre las naciones del grupo con la meta de fijar normas comunes para el mercado de trabajo.

Según FIEL, la Argentina presenta los niveles más altos de costos laborales relativos tanto en términos de Costo por Unidad de Tiempo (CUT), definido como los salarios brutos



Amílcar Bozzano, asesor de la CGT.

"SESGADO"

''La encuesta de FIEL aporta elementos de discusión en la descripción de los institutos del trabajo y en la estimación de los costos laborales medibles. Sin embargo, el tramo del estudio realizado entre los empresarios de los países está de alguna manera sesgado porque se refiere únicamente a las grandes empresas de cada rama. Tomemos por caso la antigüedad media, que FIEL supone de diez años, pero que en la actividad del tabaco —por ejemplo—, donde todas son grandes empresas, se ha reducido a 4,7 años, con lo cual arrastra los costos en materia de vacaciones e indemnizaciones. No veo que en la investigación se pondere además correctamente la no registración, que es elevada en casos como Uruguay y Brasil, aunque efectivamente mucho menos en Chile.''

(De Amílcar Bozzano, economista vinculado al Sindicato de Empleados del Tabaco, que asesora a la CGT argentina en el Subgrupo 11 del MERCOSUR dedicado a la política laboral.)

CUADRO 2

COSTOS LABORALES NO SALARIALES

(en % del salario bruto)

	Argentina	Chile	Brasil
Aportes y contribuciones patronales	33,5	2	35,2
Otros costos	20,04	20,89	16,8
Total*	53,54	22,89	52,0

Fuente: FIEL.
* Son los porcentajes del salario bruto que la empresa pone por encima.

más los aportes y contribuciones patronales, aguinaldo, vacaciones y diversas provisiones, así como de Costos por Tiempo Efectivamente Trabajado (CTET), que estima el CUT en cada país según los regímenes de licencias vigentes.

Costos relativos

En el Cuadro 1, que se reproduce en estas páginas, FIEL estableció las remuneraciones y costos laborales en valores absolutos. Sin embargo, el estudio está referido a costos relativos —al margen de las oscilaciones del dólar en la región— y teniendo en cuenta los diferentes costos e imposiciones sobre los salarios que rigen en cada país, los que en la jerga empresaria se denominan "impuestos salariales", aunque los sindicatos prefieren llamarlos "salarios diferidos", según la tradición económica peronista.

Al margen de la semántica, como FIEL sostiene que "la mayor parte de los impuestos al trabajo son trasladados a los asalariados", lo importante es medir la carga laboral sobre la remuneración neta, dado que ello permite saber cuánto gasta una empresa en relación con lo que recibe en el bolsillo el asalariado. El ranking que da el Cuadro 3 ubica a la Argentina y Chile en extremos, ya que por cada 100 pesos cobrados por un operario a cualquier lado de la cordillera, los empleadores trasandinos desembolsan 140, mientras que en la Argentina son 188,4, frente a 167 de uno brasileño.

"La razón de incluir a Chile en el estudio aunque no integre el mercado común es que se trata de una economía abierta y ésa es precisamente la tendencia del MERCOSUR", explicó a CASH Juan Luis Bour, responsable de la investigación (de la que también participaron las economistas Nuria Susmel, Cristina Bagolini y María Echart). El argentino y el chileno son —según FIEL— casos polares: el salario de bolsillo de un típico obrero trasandino es actualmente casi un 10 por ciento mayor al de un operario argentino. Sin embargo, la erogación total que la empresa chilena paga por ese empleado está casi un veinte por ciento debajo. La diferencia está dada porque en Chile las empresas pagan el menor porcentaje en aportes y contribuciones a los sistemas previsionales y sociales existentes de la región, y rubros como el aguinaldo son sólo optativos (ver Cuadro 2).

El factor productividad

Otra conclusión del informe de FIEL es que, en relación con los días efectivamente trabajados, los costos (CTET) en Brasil y la Argentina son los más altos, por coincidir el número de feriados pero ser levemente superior el mínimo de días de vacaciones en Brasil. Una vez más, Paraguay y Chile están abajo en el ranking. Este último país exhibe además los menores índices de ausentismo y la Argentina los mayores.

Simultáneamente, y en otro tramo de su investigación, FIEL estableció que la Argentina encabeza el ranking de costos laborales en la mayoría de doce sectores relevados de manera particular. Así ocurre en aceites vegetales, automotores, calzados, cigarrillos, frigoríficos, lácteos, molinera, siderurgia y bancos. "Se observan —por otra parte— elevados niveles de costos laborales por unidad de producto en diversos sectores, entre ellos automotores, neumáticos y bancos", añade FIEL.

Son tres los sectores donde, sin apartarse de la norma del mayor costo laboral, la misma resulta —sin embargo— satisfactoria por igual para empleados y empleadores. Se trata de bebidas, cigarrillos y aceites vegetales, las tres industrias donde la productividad media de las fábricas argentinas es también la mayor de la región, cumpliéndose así al pie de la letra el deseo gubernamental-empresario de que los sueldos sean acordes con el rendimiento laboral.

CUADRO 3

CUANTO PAGA LA EMPRESA POR CADA 100 QUE RECIBE EL TRABAJADOR

País	CUT/RN (por 100)
Argentina	188,4
Uruguay	184,4
Brasil	167,1
Paraguay	145,4
Chile	140,0



Fernando Dvoskin

DICCIONARIO

Remuneración Neta (R.N.)
Es el salario de bolsillo que percibe el trabajador.
Remuneración Bruta (R.B.)
Es el salario de bolsillo al que no se le han deducido aún todas las imposiciones *individuales* sobre el salario que existen en cada país.
Costo por Unidad de Tiempo (CUT)
Cuando a la remuneración bruta se le agregan los gastos que tiene la empresa como contribuciones y aportes patronales legales además de otros adicionales (aguinaldo, vacaciones, provisiones por diverso concepto) se tiene el CUT, que es la primera aproximación al *costo laboral*.
Costo por Tiempo Efectivamente Trabajado (CTET)
Toma en cuenta las diferencias existentes en cada país en materia de días efectivamente trabajados por feriados, licencias.

NIVELAR PARA ARRIBA O PARA ABAJO

(Por R.F.) Si no existiera el MERCOSUR, la demanda empresaria sería la misma: reducir los costos laborales. La de los asalariados también: ganar siempre más. El interrogante que abre la integración del mercado laboral es en ese sentido bastante sencilla: de qué manera se nivelarán las "asimetrías laborales" de los países miembros. Asimetrías compuestas de costos como los estudiados por FIEL y también por un sinnúmero de normativas laborales —"institutos" según la expresión jurídica— no siempre coincidentes. Si la nivelación, en definitiva, se hará para arriba, como desean los asalariados, o para abajo, como buscan los empresarios de toda la región y como pareciera estar empujando la realidad económica.

En la Argentina la polémica sobre los costos laborales empezó antes de que se constituyera el mercado de los cuatro países, pero encuentra nuevos argumentos a medida que se aproxima el '95. La reforma laboral encarada por la administración Menem y reclamada por los empresarios (aunque sin apoyos incondicionales) no resulta ajena a la integración pero también tiene sus propios andariveles.

La Ley de Empleo con sus contratos flexibles tendió a aminorar los costos laborales y, presuntamente por ello, a crear nuevas fuentes de empleo en una comunidad con alta desocupación y mayor pobreza. Las reformas en curso a las leyes de Negociación Colectiva y de Asociaciones Sindicales no tienen otro fin que permitir la descentralización de los acuerdos entre empleados y empleadores, terminando con las normas salariales por sector, contemplando la heterogeneidad de las ramas y permitiendo acuerdos por empresa, cuya característica será un menor costo laboral. Las reformas alcanzan también al sistema previsional y de asistencia médica (acá, las obras sociales).

El modelo chileno, señalado por el responsable de la investigación de FIEL como el espejo donde debería mirarse el MERCOSUR, virtualmente ha suprimido los aportes patronales directos llevándolos a 2 puntos contra los 33 puntos de la Argentina y los 35 de Brasil. Los empresarios argentinos pagan 16 puntos de la masa salarial para el sistema jubilatorio, mientras que en Chile los 19,5 puntos destinados a pagar jubilaciones, seguro médico y seguro de vida los paga el empleado de su remuneración bruta. FIEL calculó que el empresario argentino debe hacer una provisión de 4,5 puntos por indemnizaciones aun luego de la fijación de los topes, cifra que se aproxima a la vigente del otro lado de la Cordillera donde, en cambio, el aguinaldo es optativo.

Hay países, como Uruguay, donde el liberalismo en las relaciones laborales fue tan rigurosamente practicado que hay escasa normativa sobre convenciones por trabajo, sobre restricción al derecho de huelga, normatizado en Chile y la Argentina. Paraguay, en cambio, se cae de todos los estándares: tiene los menores costos laborales en términos absolutos, baja productividad y altísima informalidad. Es el país donde la alternativa de una "nivelación para abajo" como la que acecha a la legislación social argentina no existe casi ni como temor.

CON LUPA

BAGLEY S.A.

Por Osvaldo Siciliani

No es un secreto que los principales ingredientes en la receta de Bagley son sus marcas comerciales. Sin embargo, esto no siempre fue suficiente para salir airoso bajo la selvática ley del mercado. Prueba de ello son las pérdidas que sufrió la empresa por culpa de recesiones e hiperinflaciones. Las crisis inflacionarias fueron particularmente dañinas para los artículos "de primera marca" porque no sólo bajó el salario real sino que dieron cierta ventaja a las empresas pequeñas, con precios menores y, de hecho, poca o nula presión fiscal. La revancha comenzó hacia 1990, cuando la progresiva reducción de las tasas de inflación dio el respiro necesario para que el poderoso marketing de las empresas líderes surtiera efecto.

En Bagley, las ventas levantaron vuelo en dos etapas. La primera de ellas va desde julio de 1990 hasta marzo de 1991, cuando se registraron mejoras del orden del 25 por ciento respecto de los bajísimos niveles de la hiperinflación. En la segunda etapa, desde abril del año pasado, el nivel facturado aumentó otro 35 por ciento en promedio, con lo que resulta posible un replay de la bonanza vivida durante 1986 y 1987. Sin embargo, la diferencia esencial entre aquellos años y el auge actual reside en el nivel de los precios relativos, que evolucionaron de manera favorable para el sector productor de galletitas y golosinas.

De esta forma, la empresa comenzó también a dar ganancias. Como muestra el gráfico, las pérdidas se transformaron en ganancias. Naturalmente, esto incidió sobre el patrimonio de la firma, que ascendía en junio a 144 millones después de haber crecido 18 por ciento en doce meses. No hay dudas acerca de que la historia no hubiera sido la misma en caso de subsistir el control de precios. En efecto, desde que Erman puso los precios en libertad, los índices correspondientes a estos productos de consumo masivo avanzaron muy por encima del nivel general de los precios al por mayor.

La tradicional empresa tiene dos plantas industriales. Una es la que perfuma con gusto a bizcochuelo los aledaños de la estación Constitución. La otra, más grande y moderna, fue instalada en San Luis. Ello permitió que también Bagley probara los tentadores beneficios económicos de la promoción regional.

LA RECETA PARA HACER GANANCIAS

Fuente: Bagley S.A.

(Por Gerardo Yomal) El negocio del franchising o de la explotación comercial por franquicia, conocido en la Argentina vulgarmente como concesión, está pasando por un momento de incipiente boom y se espera una verdadera explosión del negocio para 1993. En la actualidad alrededor de 60 empresas otorgan franquicias de sus productos (incluso algunas lo están haciendo en países vecinos) y el número de franquiciadas asciende a 500. Diversas fuentes consultadas por CASH estimaron que el movimiento de franchising implica una facturación de 200 millones de dólares anuales y emplea a 4000 trabajadores.

Este crecimiento (en los últimos tres años el negocio se multiplicó por cinco) generó la necesidad gremial de una asociación y de una cámara que representan al sector y lentamente también aparecen consultoras especializadas en este tipo de negocios.

El franchising es uno de los sistemas modernos de distribución comercial de gran desarrollo en Estados Unidos, Europa y Japón y está sustentado en tres pilares básicos:

- Una marca exitosa.
- Un know how que marca el estilo de un negocio, la esencia que lo define y que se vuelca en un manual operativo.
- Un acuerdo de asistencia técnica que brinda el franquiciante a todos los integrantes de su red mientras persista su relación. Por la franqui-

EN los últimos tres años el negocio de las franquicias se multiplicó por cinco, y ya hay 500 comercios que se sumaron al sistema.

Alejandro Amdan



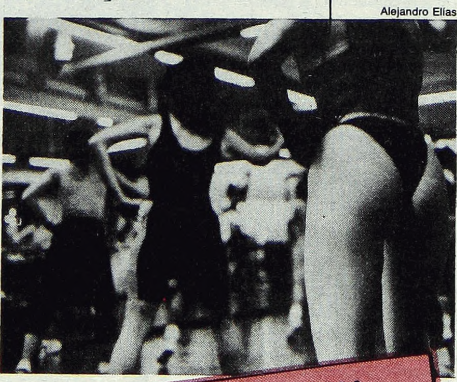
EN EL BOLSILLO

Gimnasios inflacionados

Quien quiera reducir los rollitos que en el invierno acumuló alrededor de la cintura notará que la gimnasia le cuesta este año hasta un 55 por ciento más que el anterior, según surge de comparar los precios actuales con los de una encuesta de esta sección realizada en setiembre del '91. Eso sí, en uno de los gimnasios encuestados hay una tarifa que bajó. Será por aquello de que la excepción confirma la regla...

- Magic Center (avenida Dorrego 2880). Un año atrás, el costo de tomar dos clases de gimnasia semanales era de 37 pesos. Hoy subió a 52, lo que representa un aumento de 40,5 por ciento. Si se pretendían ejercicios tres veces a la semana, el precio era 42 pesos y ahora es de 58 (38,1 por ciento más). En cambio, si se quería ir todos los días el arancel subía a 45 pesos, servicio que hoy cobran 70, con un incremento del 55,5 por ciento.
- Shape Center (Virrey del Pino 2551). Las tarifas de este gimnasio, un año atrás, eran dos veces por semana 30 y tres veces 33 pesos. Hoy cobran 38 y 40 pesos, respectivamente, lo que representa un aumento del 26,7 por ciento y 21,2 por ciento. Además hay que pagar un carnet anual, equivalente a una matrícula. Eso costaba dos pesos y ahora 6, un 200 por ciento más que antes.
- Complejo Poligimnástico Virrey del Pino 2 (Amenabar 2423 y Virrey del Pino 2563). Aquí había dos tarifas: tres veces por semana, 30 pesos, y todos los días 40. La matrícula anual era de 5 pesos. Ahora esos precios son 40, 51 y 6, por lo que cada cliente del Complejo pagará entre un 20 y un 33,3 por ciento más por el servicio.
- Buenos Aires Stadium (Vuelta de Obligado 2250). Dos clases semanales costaban en setiembre de 1991 36,50 al mes. Tres clases, 43. Hoy cobran 45 y 55 pesos, según la frecuencia con que se concurra a transpirar, lo que significa pagar 23,3 y 27,9 por ciento más por la gimnasia. El valor de la matrícula es igual que el del año pasado: 10 pesos.
- Estilo Uno (Hipólito Yrigoyen 951). Aquí discriminan entre clases de gimnasia solamente y gimnasia más aparatos. Un año atrás, dos clases semanales costaban 36, que subían a 45 si se hacía también complemento de pesas. Tres veces por semana salían 54 y 70. Los valores de este año son 40, 50, 55 y 65. Los aumentos fueron de 11,1 por ciento si se trata de ir dos veces a la semana, con o sin aparatos, y de 1,9 por ciento si son tres clases sin aparatos. Como excepción, por tres veces con aparatos bajaron los precios un 7,7 por ciento.

Alejandro Elías



MARCHA UNA DE MUZZARELLA

Pizza grande de muzzarella de 8 porciones en la mesa	
Güerrin (Corrientes 1368)	9,50
Los Inmortales (Corrientes 1352)	8,50
Pizza Palace (Obligado 2250)	10,00
Pizza Rigby (Talcahuano 897)	7,90
La Gata Alegría (Santa Fe y Pueyrredón)	7,00
Pizza del Virrey (Cabildo 1616)	6,50
Pizza Inn (Ex-Pizza Hut) Cabildo y Echeverría	9,70
El Cuartito (Talcahuano 937)	9,00
Banchero Centro (Corrientes 1300)	9,50

FRENTE CAMPO

La crisis agropecuaria está amalgamando una alianza opositora entre las cuatro tradicionales entidades empresarias del sector.

(Por Diego Doybam) Desde hace unos días la idea de la formación de un frente gremial agropecuario volvió a concentrar los esfuerzos de los dirigentes del sector, al tiempo que crecían las preocupaciones de los funcionarios de gobierno. La posibilidad de desarrollar una oposición política coordinada y consensuada quedó abierta la semana pasada, cuando en las oficinas céntricas de la organización cooperativa CONINAGRO, se encontraron los máximos dirigentes de la Federación Agraria Argentina, la Sociedad Rural Argentina, Confederaciones Rurales Argentinas y la entidad anfitriona, junto a un reducido equipo de técnicos. La consigna era poner en un documento todas las dificultades que llevaron a la actual "crisis de rentabilidad que afecta al sector en su conjunto" y entregárselo al presidente Menem. La presión impositiva, la distorsión en los precios relativos en favor de los bienes no transables, la generalización del IVA, las importaciones con precios de dumping constituirán los capítulos centrales del documento que se espera tener listo para este fin de semana. Créditos blandos, refinanciación de deudas, cambios impositivos, facilidades para la importación de maquinarias, efectivos controles de importaciones subsidiadas figurarán entre las propuestas consensuadas para salir de la crisis.

Habría que remontarse a las épocas en que los reclamos por la supresión de las retenciones a las exportaciones eran el leitmotiv que amal-

CON LUPA

Por Osvaldo Siciliani

BAGLEY S.A.

No es un secreto que los principales ingredientes en la receta de Bagley son sus marcas comerciales. Sin embargo, esto no siempre fue suficiente para salir airoso bajo la selvática ley del mercado. Prueba de ello son las pérdidas que sufrió la empresa por culpa de recesiones e hiperinflaciones. Las crisis inflacionarias fueron particularmente dañinas para los artículos "de primera marca" porque no sólo bajó el salario real sino que dieron cierta ventaja a las empresas pequeñas, con precios menores y, de hecho, poca o nula presión fiscal. La revancha comenzó hacia 1990, cuando la progresiva reducción de las tasas de inflación dio el respiro necesario para que el poderoso marketing de las empresas líderes surtiera efecto.

En Bagley, las ventas levantaron vuelo en dos etapas. La primera de ellas va desde julio de 1990 hasta marzo de 1991, cuando se registraron mejoras del orden del 25 por ciento respecto de los bajísimos niveles de la hiperinflación. En la segunda etapa, desde abril del año pasado, el nivel facturado aumentó otro 35 por ciento en promedio, con lo que resulta posible un replay de la bonanza vivida durante 1986 y 1987. Sin embargo, la diferencia esencial entre aquellos años y el auge actual reside en el nivel de los precios relativos, que evolucionaron de manera favorable para el sector productor de galletitas y golosinas.

De esta forma, la empresa comenzó también a dar ganancias. Como muestra el gráfico, las pérdidas se transformaron en ganancias. Naturalmente, esto incidió sobre el patrimonio de la firma, que ascendía en junio a 144 millones después de haber crecido 18 por ciento en doce meses. No hay dudas acerca de que la historia no hubiera sido la misma en caso de subsistir el control de precios. En efecto, desde que Erman puso los precios en libertad, los índices correspondientes a estos productos de consumo masivo avanzaron muy por encima del nivel general de los precios al por mayor.

La tradicional empresa tiene dos plantas industriales. Una es la que perfuma con gusto a bizcochuelo los aledaños de la estación Constitución. La otra, más grande y moderna, fue instalada en San Luis. Ello permitió que también Bagley probara los tentadores beneficios económicos de la promoción regional.

LA RECETA PARA HACER GANANCIAS

MILLONES DE PESOS

TRIMESTRES

PERDIDAS Y GANANCIAS

Fuente: Bagley S.A.

COMERCIOS EN MOLDE

EN los últimos tres años el negocio de las franquicias se multiplicó por cinco, y ya hay 500 comercios que se sumaron al sistema.

(Por Gerardo Yomal) El negocio del franchising o de la explotación comercial por franquicia, conocido en la Argentina vulgarmente como concesión, está pasando por un momento de incipiente boom y se espera una verdadera explosión del negocio para 1993. En la actualidad alrededor de 60 empresas otorgan franquicias de sus productos (incluso algunas lo están haciendo en países vecinos) y el número de franquiciadas asciende a 500. Diversas fuentes consultadas por CASH estimaron que el movimiento de franchising implica una facturación de 200 millones de dólares anuales y emplea a 4000 trabajadores.

Este crecimiento (en los últimos tres años el negocio se multiplicó por cinco) generó la necesidad gremial de una asociación y de una cámara que representan al sector y lentamente también aparecen consultoras especializadas en este tipo de negocios.

El franchising es uno de los sistemas modernos de distribución comercial de gran desarrollo en Estados Unidos, Europa y Japón y está sustentado en tres pilares básicos:

- Una marca exitosa.
- Un know how que marca el estilo de un negocio, la esencia que lo define y que se vuelca en un manual operativo.
- Un acuerdo de asistencia técnica que brinda el franquiciante a todos los integrantes de su red mientras persista su relación. Por la franquicia de la marca se pagan una llave y montos periódicos que varían según los diferentes casos.

Los pioneros en la Argentina fueron las galletitas Cookies, los locales Bonafide que vendían café y la primera cadena de comidas rápidas Pumper Nic.

La segunda generación en el país está representada por marcas mundiales tipo Fuddruckers, Burger King, McDonald's, Adidas, Pizza Hunt y Benetton. También están aquellas firmas locales que reconvirtieron su comercialización a la franquicia como Delicity, Grimoldi, Bagley o Di Foto.

El franchising abarca diferentes rubros e inversiones. Se parte de un local propio o alquilado que reúna una superficie mínima estipulada por los franquiciantes. Por ejemplo, se puede abrir un Pumper Nic con un local de 250 m² invirtiendo no menos de 80.000 dólares o un jardín para chicos (Planeta Juego) con un local de 100 m² y una inversión mínima de 20.000 dólares.

La garantía McDonald's

En un marco de relativa estabilidad económica el franchising se convirtió en un negocio —generalmente— exitoso. Sobre todo en un contexto donde faltan capitales, créditos baratos y en ciertos casos recursos humanos calificados.

Ronald Boyd, de la Cámara de Profesionales en Franchising, explicó hace pocos días en la primera expofranchising realizada en el país que los potenciales franquiciados se dividen en tres grupos: los *ejecutivos* que buscan una actividad independiente, ya sea para iniciarse en ella o para ampliar su propio mercado, convirtiéndose así en franquiciantes; *otros* que desean iniciar un sistema de franchising con *la colaboración de su mujer* sin perder la relación de dependencia con su actual trabajo; y las *mujeres* de entre 35 y 45 años que completaron el ciclo de crianza de sus hijos y buscan un proyecto personal que las satisfaga vocacional y monetariamente.

En este tipo de negocios relativamente novedosos en el país es conveniente manejarse con determinados recaudos. Daniel Hirsch y Guillermo Varona, vicepresidente y gerente general de Francorp Argentina, alertaron en una entrevista de CASH que "en el tema franchising hay mucha 'chantada' y muchos dicen desarrollar un sistema del que no saben nada y terminan vendiendo aire". Los responsables de esta empresa que asesora a las dos puntas del negocio en los aspectos financieros, legales, operativos y de marketing consideran que la franquicia es un método aplicable en la Argentina, sobre todo con marcas que de alguna manera son garantía real y palpable de ganancias. "Es difícil que abras un McDonald's y te vaya mal. Tienen 13.000 puntos de venta en todo el mundo y a todos les va bien."

Claro que no sólo con marcas tan reconocidas funciona el negocio. Francorp Argentina seleccionó mil marcas de Estados Unidos que podrían funcionar aquí.

"LA GRAN SOLUCION"

Alejandro Amdan

"Antes vendía sábanas y toallas más varios artículos de perfumería. La gente de Marta Harff me ofreció hacer un franchising. Estudiaron mi local, propusieron cambiarle el look, me explicaron de qué forma debía exhibir la mercadería y, si aceptaba entrar al sistema, me ofrecían un mayor descuento en sus productos, parte de los cuales yo ya comercializaba", cuenta Roxana Tabo, ahora dueña de tres locales con franquicia de Marta Harff, empresa que fabrica, entre otros productos, sales y espumas para baño y gotas de aceite para humectar la piel. Cuando se le pregunta por los beneficios del franchising explica en forma entusiasta: "Lo primero es que aumentaron mis ventas en un 30 por ciento. Luego hay otras ventajas: tengo un solo proveedor y no me tengo que romper la cabeza yendo a buscar mercadería a diferentes mayoristas. Además no es lo mismo abrir un local con cualquier producto que con una marca atrás. Ellos te asesoran en todo, desde si el local da para determinado producto hasta en cuánto tiempo amortizás la inversión".

La exigencia de la empresa Marta Harff por la franquicia consiste en un canon fijo mensual. "En el conjunto del negocio eso no influye tanto, yo ya pude, además de este local en Acoyte y Rivadavia, abrir dos más, uno en Flores y otro en Belgrano", concluye la joven y exitosa entrepreneur.

El riesgo argentino

En la Argentina todavía no existe una legislación específica que regule las franquicias comerciales. Algunos lo consideran una ventaja por la gran libertad y flexibilidad que permite, pero también existe una gran preocupación porque encierra el serio riesgo de que "franquiciantes a la criolla" utilicen el sistema para cometer fraudes.

En el ambiente del franchising se comenta el caso de una inversionista que aportó 40.000 dólares para poner un local en Barrio Norte de una conocida marca de productos de panadería. La queja textual de la señora que se sintió estafada la reconstruyeron unos consultores especializados de la siguiente manera: "Después de presentar la solicitud se ocuparon de todo, hasta de visitar mi casa para comprobar el color de mi bombacha; luego de aprobar 'el examen' se decidieron a venderme los equipos, me indicaron cómo debía decorar el local, a qué personal seleccionar —con sueldos altísimos pero pagados por mí— y cómo debía llevar la contabilidad. Y garantizaron que mi ganancia no bajaría del 35 por ciento de lo facturado. Pero se 'olvidaron' de aclararme que a ese margen llegaría si superaba un nivel de ventas que jamás pude alcanzar".

Después de perder dinero durante un año, la inversionista novata terminó traspasando el contrato que duraba tres años a otro empresario en búsqueda de ganancias.

El fracaso que más conmocionó a la City fue el de la agencia de viajes Medinah, que acaba de quebrar por varios millones de dólares dejando un tendal de damnificados. Hace unos meses, entrevistado por el diario *Clarín*, Julio Fernández Rivas, gerente de ventas de Medinah, declaraba lo siguiente: "Durante seis años estudiamos el sistema de franchising pero consideramos que el país no ofrecía las condiciones para desarrollarlo. Recién en noviembre pasado decidimos lanzarlo. Para adaptarse a las nuevas condiciones económicas teníamos dos alternativas: abrir nuevas sucursales (absorbiendo un aumento abrupto de la estructura, el personal y los costos fijos) o establecer nuestro sistema de franquicias". La empresa quebrada concretó varias decenas de contratos con la modalidad de la franquicia. Los franquiciados pagaron 15.000 dólares de derecho inicial o llave y una suma similar en la instalación de la oficina.

Pero no todas son pólidas. Los que auspician el franchising no dejan de contar su "caballito de batalla": el caso de la familia Massera. De origen muy humilde, Luis Massera salía a repartir helados con la bicicleta. "Sin saberlo fuimos 'intuitivamente' precursores del franchising en la Argentina", suele contar.

Hoy tienen instaladas 200 heladerías, acaba de instalar en Luján una planta procesadora para fabricar helados, con tecnología de punta y facturan la friolera de 28 millones de dólares al año. Todo un ejemplo para los muy de moda "entrepreneurs" nacionales.

FRANCHISING

EMPRESAS QUE OTORGAN FRANQUICIAS

Academias Fisk	Fruddruckers	Optica Vittorio Gissera
Alpargatas	Fuyi	Panaderías Delicity
Astra	Gatic-Bata	Papa Gino
Aviñón	Giesso	Pierre Cardin
Avis Rent a Car	Handy	Pinturerías del Centro
Benetton	Hertz Rent a Car	Pizza Hut
Bonafide	IAC (computación)	Planeta Juegos
Burguer King	IOA	Ponderosa
Cincotta	Kickers	Pumper Nic
Cía. Gral. de Combustibles	Kidsport	Stauffer
Coca-Cola	Kodak	Shell
Conigio	Laverap	Sheraton
Di Foto	Locatel	Sisley
DHL	Lutz Ferrando	Testai
Dufour	Marta Harff	Toning Center
Errol's	Marva	Topky
Esc. Fútbol Marangoni	Massera	YPF
Esso	McDonald's	Zapatos Grimoldi
Farmacias Vantage	McTaylor	
Fruticor	Medigrand	

Alejandro Amdan

MAS QUE REMEDIOS

Cuando apareció el tema de la desregulación y se empezaron a vender medicamentos en los supermercados, en muchas farmacias se prendieron algunas luces rojas de preocupación. Ahí fue cuando diferentes empresas olfatearon que la respuesta a la venta libre de remedios podía encaminarse a través de grandes cadenas de comercialización. En este contexto surgió Vantage, marca de una cadena inglesa de farmacias, cuya licencia fue comprada en la Argentina por Droguería Monroe.

Jorge Pipkin, con 25 años de antigüedad en el oficio y dueño de una farmacia ubicada en Santa Fe y Bustamante, tomó la franquicia de Vantage.

"Según el tamaño de la farmacia se paga entre 200 y 600 dólares mensuales. Yo tengo obligación de comprarle a Droguería Monroe un 60 por ciento de todo el movimiento inicial que yo tenía antes de aceptar esta licencia. Además tuve que remodelar toda la farmacia poniéndome de acuerdo con dos equipos de arquitectos que ellos te mandan. La cuestión es que la farmacia se transforma: agregué un autoservice de perfumería, revelado Kodak, bijouterie y regalos, además de varias ofertas que te propone la licenciataria." "También —agrega— Vantage nos aportó nuevos servicios: una hot line para entregar remedios desde las ocho de la noche hasta la mañana, y alquiler de aparatos ortopédicos con sólo una llamada. Ellos me prometieron un 50 por ciento de aumento en mis ventas y yo ya lo superé."

En este franchising los únicos compromisos existentes son pagar un canon mensual y seguir las líneas arquitectónicas de la cadena. "Yo sigo siendo independiente; nadie me controla si vendo a diez o a veinte. Con sólo avisar con un mes de anticipación puedo salir del sistema", afirma este farmacéutico tradicional que cambió, franquicia mediante, los viejos placares por góndolas de colores.

EN EL BOLSILLO

Gimnasios inflacionados

Quien quiera reducir los rollitos que en el invierno acumuló alrededor de la cintura notará que la gimnasia le cuesta este año hasta un 55 por ciento más que el anterior, según surge de comparar los precios actuales con los de una encuesta de esta sección realizada en setiembre del '91. Eso sí, en uno de los gimnasios encuestados hay una tarifa que bajó. Será por aquello de que la excepción confirma la regla...

- Magic Center (avenida Dorrego 2880). Un año atrás, el costo de tomar dos clases de gimnasia semanales era de 37 pesos. Hoy subió a 52, lo que representa un aumento de 40,5 por ciento. Si se pretendían ejercicios tres veces a la semana, el precio era 42 pesos y ahora es de 58 (38,1 por ciento más). En cambio, si se quería ir todos los días el arancel subía a 45 pesos, servicio que hoy cobran 70, con un incremento del 55,5 por ciento.
- Shape Center (Virrey del Pino 2551). Las tarifas de este gimnasio, un año atrás, eran dos veces por semana 30 y tres veces 33 pesos. Hoy cobran 38 y 40 pesos, respectivamente, lo que representa un aumento del 26,7 por ciento y 21,2 por ciento. Además hay que pagar un carnet anual, equivalente a una matrícula. Eso costaba dos pesos y ahora 6, un 200 por ciento más que antes.
- Complejo Poligimnástico Virrey del Pino 2 (Amenabar 2423 y Virrey del Pino 2563). Aquí había dos tarifas: tres veces por semana, 30 pesos, y todos los días 40. La matrícula anual era de 5 pesos. Ahora esos precios son 40, 51 y 6, por lo que cada cliente del Complejo pagará entre un 20 y un 33,3 por ciento más por el servicio.
- Buenos Aires Stadium (Vuelta de Obligado 2250). Dos clases semanales costaban en setiembre de 1991 36,50 al mes. Tres clases, 43. Hoy cobran 45 y 55 pesos, según la frecuencia con que se concurra a transpirar, lo que significa pagar 23,3 y 27,9 por ciento más por la gimnasia. El valor de la matrícula es igual que el del año pasado: 10 pesos.
- Estilo Uno (Hipólito Yrigoyen 951). Aquí discriminan entre clases de gimnasia solamente y gimnasia más aparatos. Un año atrás, dos clases semanales costaban 36, que subían a 45 si se hacía también complemento de pesas. Tres veces por semana salían 54 y 70. Los valores de este año son 40, 50, 55 y 65. Los aumentos fueron de 11,1 por ciento si se trata de ir dos veces a la semana, con o sin aparatos, y de 1,9 por ciento si son tres clases sin aparatos. Como excepción, por tres veces con aparatos bajaron los precios un 7,7 por ciento.

Alejandro Elías



MARCHA UNA DE MUZZARELLA

Pizza grande de muzzarella de 8 porciones en la mesa	
Güerrin (Corrientes 1368)	9,50
Los Inmortales (Corrientes 1352)	8,50
Pizza Palace (Obligado 2250)	10,00
Pizza Rigby (Talcahuano 897)	7,90
La Gata Alegría (Santa Fe y Pueyrredón)	7,00
Pizza del Virrey (Cabildo 1616)	6,50
Pizza Inn (Ex-Pizza Hut) Cabildo y Echeverría	9,70
El Cuartito (Talcahuano 937)	9,00
Banchero Centro (Corrientes 1300)	9,50

CAMPO

FRENTE DE TORMENTA

La crisis agropecuaria está amalgamando una alianza opositora entre las cuatro tradicionales entidades empresarias del sector.

(Por Diego Doybam) Desde hace unos días la idea de la formación de un frente gremial agropecuario volvió a concentrar los esfuerzos de los dirigentes del sector, al tiempo que crecían las preocupaciones de los funcionarios de gobierno. La posibilidad de desarrollar una oposición política coordinada y consensuada quedó abierta la semana pasada, cuando en las oficinas céntricas de la organización cooperativa CONINAGRO, se encontraron los máximos dirigentes de la Federación Agraria Argentina, la Sociedad Rural Argentina, Confederaciones Rurales Argentinas y la entidad anfitriona, junto a un reducido equipo de técnicos. La consigna era poner en un documento todas las dificultades que llevaron a la actual "crisis de rentabilidad que afecta al sector en su conjunto" y entregárselo al presidente Menem. La presión impositiva, la distorsión en los precios relativos en favor de los bienes no transables, la generalización del IVA, las importaciones con precios de dumping constituirán los capítulos centrales del documento que se espera tener listo para este fin de semana. Créditos blandos, refinanciación de deudas, cambios impositivos, facilidades para la importación de maquinarias, efectivos controles de importaciones subsidiadas figurarán entre las propuestas consensuadas para salir de la crisis.

Habría que remontarse a las épocas en que los reclamos por la supresión de las retenciones a las exportaciones eran el leitmotiv que amalgamaba las demandas sectoriales, para encontrar una situación similar. No en vano, Leónida Gassoni de CONINAGRO sentenció respecto de la aplicación del IVA en granos y carnes: "Estamos en presencia de una retención encubierta". En la misma línea, CRA agregaba que se producía una acumulación de crédito fiscal entre los productores como consecuencia de que el IVA ventas es sensiblemente menor que el IVA gastos. Este crédito, a su vez, será de lenta y difícil recuperación.

En el tema impuestos, se trabajó afanosamente para demostrar la magnitud y características de la carga tributaria. En un reciente informe de CONINAGRO se estimaba que los distintos gravámenes equivalen a un 30 por ciento de los ingresos brutos de una mediana explotación. La estructura de la carga tributaria mostraba otra faceta llamativa: casi dos tercios de aquella recaen sobre los factores de la producción. Por su lado, la SRA manifestaba la irracionalidad de la triple imposición (nacional, provincial y municipal) que debe soportar el sector.

La estrategia frentista no es nueva entre las cuatro organizaciones del campo. Siempre les ha permitido dotar de mayor legitimidad a sus reclamos a la vez que multiplicar su capacidad de presión. En esta oportunidad se agregaron otros elementos que le dan un matiz especial a aquella estrategia. En la realización de la cumbre de las cuatro incidió decisivamente el estado de movilización que se vive entre sus asociados. Incluso, los mismos dirigentes que en Buenos Aires mantienen un discurso más conciliador, en importantes convocatorias del interior, son arrastrados por el estado de descontento generalizado a posiciones mucho más rupturistas.

Por otra parte, en varios lugares el frente excedió el marco estrictamente agropecuario. En las asambleas de Río Cuarto, Junín o Salta, además de las organizaciones de productores participaron comerciantes, transportistas, acopiadores, representantes de bancos provinciales, entre los grupos más importantes. El hecho de que sean los pequeños y medianos productores los que se encuentren en una situación particularmente dramática, explica ese estado de movilización más amplia que acompaña los reclamos políticos. Para ellos la crisis de rentabilidad se está volviendo, en realidad, una crisis estructural.

Por último, la ausencia de referencias críticas específicas sobre la política económica facilitó la conformación del frente gremial. De haber existido aquella referencia, SRA se hubiera mantenido al margen. Por el lado de aquellas entidades que vienen sosteniendo posiciones más críticas, como FAA y, en menor medida, CONINAGRO, ello puede ser visto como una concesión temporaria e inestable a la vez. Durará hasta tanto los dirigentes comiencen a utilizar en Buenos Aires el discurso de sus representados.

COMERCIOS EN MOLDE

...cia de la marca se pagan una llave y montos periódicos que varían según los diferentes casos.

Los pioneros en la Argentina fueron las galletitas Cookies, los locales Bonafide que vendían café y la primera cadena de comidas rápidas Pumper Nic.

La segunda generación en el país está representada por marcas mundiales tipo Fuddruckers, Burger King, McDonald's, Adidas, Pizza Hunt y Benetton. También están aquellas firmas locales que reconvirtieron su comercialización a la franquicia como Delicity, Grimoldi, Bata o Di Foto.

El franchising abarca diferentes rubros e inversiones. Se parte de un local propio o alquilado que reúna una superficie mínima estipulada por los franquiciantes. Por ejemplo, se puede abrir un Pumper Nic con un local de 250 m² invirtiendo no menos de 80.000 dólares o un jardín para chicos (Planeta Juego) con un local de 100 m² y una inversión mínima de 20.000 dólares.

La garantía McDonald's

En un marco de relativa estabilidad económica el franchising se convirtió en un negocio —generalmente— exitoso. Sobre todo en un contexto donde faltan capitales, créditos baratos y en ciertos casos recursos humanos calificados.

Ronald Boyd, de la Cámara de Profesionales en Franchising, explicó hace pocos días en la primera expofranchising realizada en el país que los potenciales franquiciados se dividen en tres grupos: los *ejecutivos* que buscan una actividad independiente, ya sea para iniciarse en ella o para ampliar su propio mercado, convirtiéndose así en franquiciantes; *otros* que desean iniciar un sistema de franchising con *la colaboración de su mujer* sin perder la relación de dependencia con su actual trabajo; y las *mujeres* de entre 35 y 45 años que completaron el ciclo de crianza de sus hijos y buscan un proyecto personal que las satisfaga vocacional y monetariamente.

En este tipo de negocios relativamente novedosos en el país es conveniente manejarse con determinados recaudos. Daniel Hirsch y Guillermo Varona, vicepresidente y gerente general de Francorp Argentina, alertaron en una entrevista de CASH que "en el tema franchising hay mucha 'chantada' y muchos dicen desarrollar un sistema del que no saben nada y terminan vendiendo aire". Los responsables de esta empresa que asesora a las dos puntas del negocio en los aspectos financieros, legales, operativos y de marketing consideran que la franquicia es un método aplicable en la Argentina, sobre todo con marcas que de alguna manera son garantía real y palpable de ganancias. "Es difícil que abras un McDonald's y te vaya mal. Tienen 13.000 puntos de venta en todo el mundo y a todos les va bien."

Claro que no sólo con marcas tan reconocidas funciona el negocio. Francorp Argentina seleccionó mil marcas de Estados Unidos que podrían funcionar aquí.

El riesgo argentino

En la Argentina todavía no existe una legislación específica que regule las franquicias comerciales. Algunos lo consideran una ventaja por la gran libertad y flexibilidad que permite, pero también existe una gran preocupación porque encierra el serio riesgo de que "franquiciantes a la criolla" utilicen el sistema para cometer fraudes.

En el ambiente del franchising se comenta el caso de una inversionista que aportó 40.000 dólares para poner un local en Barrio Norte de una conocida marca de productos de panadería. La queja textual de la señora que se sintió estafada la reconstruyeron unos consultores especializados de la siguiente manera: "Después de presentar la solicitud se ocuparon de todo, hasta de visitar mi casa para comprobar el color de mi bombacha; luego de aprobar 'el examen' se decidieron a venderme los equipos, me indicaron cómo debía decorar el local, a qué personal seleccionar —con sueldos altísimos pero pagados por mi— y cómo debía llevar la contabilidad. Y garantizaron que mi ganancia no bajaría del 35 por ciento de lo facturado. Pero se 'olvidaron' de aclararme que a ese margen llegaría si superaba un nivel de ventas que jamás pude alcanzar".

Después de perder dinero durante un año, la inversionista novata terminó traspasando el contrato que duraba tres años a otro empresario en búsqueda de ganancias.

El fracaso que más conmocionó a la City fue el de la agencia de viajes Medinah, que acaba de quebrar por varios millones de dólares dejando un tendal de damnificados. Hace unos meses, entrevistado por el diario *Clarín*, Julio Fernández Rivas, gerente de ventas de Medinah, declaraba lo siguiente: "Durante seis años estudiamos el sistema de franchising pero consideramos que el país no ofrecía las condiciones para desarrollarlo. Recién en noviembre pasado decidimos lanzarlo. Para adaptarse a las nuevas condiciones económicas teníamos dos alternativas: abrir nuevas sucursales (absorbiendo un aumento abrupto de la estructura, el personal y los costos fijos) o establecer nuestro sistema de franquicias". La empresa quebrada concretó varias decenas de contratos con la modalidad de la franquicia. Los franquiciados pagaron 15.000 dólares de derecho inicial o llave y una suma similar en la instalación de la oficina.

Pero no todas son pólidas. Los que auspician el franchising no dejan de contar su "caballito de batalla": el caso de la familia Massera. De origen muy humilde, Luis Massera salía a repartir helados con la bicicleta. "Sin saberlo fuimos 'intuitivamente' precursores del franchising en la Argentina", suele contar.

Hoy tienen instaladas 200 heladerías, acaba de instalar en Luján una planta procesadora para fabricar helados, con tecnología de punta y facturan la friolera de 28 millones de dólares al año. Todo un ejemplo para los muy de moda "entrepreneurs" nacionales.

FRANCHISING

"LA GRAN SOLUCION"

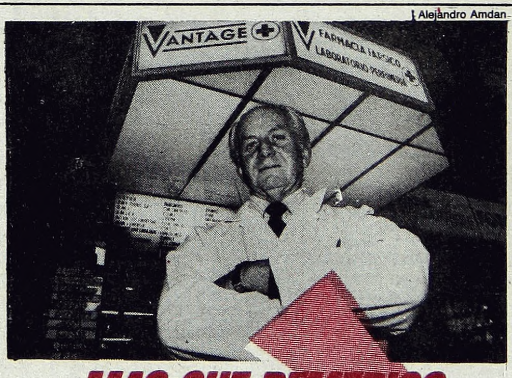
"Antes vendía sábanas y toallas más varios artículos de perfumería. La gente de Marta Harff me ofreció hacer un franchising. Estudiaron mi local, propusieron cambiarle el look, me explicaron de qué forma debía exhibir la mercadería y, si aceptaba entrar al sistema, me ofrecían un mayor descuento en sus productos, parte de los cuales yo ya comercializaba", cuenta Roxana Tabo, ahora dueña de tres locales con franquicia de Marta Harff, empresa que fabrica, entre otros productos, sales y espumas para baño y gotas de aceite para humectar la piel. Cuando se le pregunta por los beneficios del franchising explica en forma entusiasta: "Lo primero es que aumentaron mis ventas en un 30 por ciento. Luego hay otras ventajas: tengo un solo proveedor y no me tengo que romper la cabeza yendo a buscar mercadería a diferentes mayoristas. Además no es lo mismo abrir un local con cualquier producto que con una marca atrás. Ellos te asesoran en todo, desde si el local da para determinado producto hasta en cuánto tiempo amortizás la inversión".

La exigencia de la empresa Marta Harff por la franquicia consiste en un canon fijo mensual. "En el conjunto del negocio eso no influye tanto; yo ya pude, además de este local en Acoyte y Rivadavia, abrir dos más, uno en Flores y otro en Belgrano", concluye la joven y exitosa entrepreneur.

EMPRESAS QUE OTORGAN FRANQUICIAS

Academias Fisk	Fruddruckers	Optica Vittorio Gissera
Alpargatas	Fuyi	Panaderías Delicity
Astra	Gatic-Bata	Papa Gino
Aviñón	Giesso	Pierre Cardin
Avis Rent a Car	Hendy	Pinturerías del Centro
Benetton	Hertz Rent a Car	Pizza Hut
Bonafide	IAC (computación)	Planeta Juegos
Burguer King	IOA	Ponderosa
Cincotta	Kickers	Pumper Nic
Cía. Gral. de Combustibles	Kidsport	Stauffer
Coca-Cola	Kodak	Shell
Conigio	Laverap	Sheraton
Di Foto	Locatel	Sisley
DHL	Lutz Ferrando	Testai
Dufour	Marta Harff	Toning Center
Errol's	Marva	Topky
Esc. Fútbol Marangoni	Massera	YPF
Esso	McDonald's	Zapatos Grimoldi
Farmacias Vantage	McTaylor	
Fruticor	Medigrand	

Alejandro Amdan



MAS QUE REMEDIOS

Cuando apareció el tema de la desregulación y se empezaron a vender medicamentos en los supermercados, en muchas farmacias se prendieron algunas luces rojas de preocupación. Ahí fue cuando diferentes empresas olfatearon que la respuesta a la venta libre de remedios podía encaminarse a través de grandes cadenas de comercialización. En este contexto surgió Vantage, marca de una cadena inglesa de farmacias, cuya licencia fue comprada en la Argentina por Droguería Monroe.

Jorge Pipkin, con 25 años de antigüedad en el oficio y dueño de una farmacia ubicada en Santa Fe y Bustamante, tomó la franquicia de Vantage.

"Según el tamaño de la farmacia se paga entre 200 y 600 dólares mensuales. Yo tengo obligación de comprarle a Droguería Monroe un 60 por ciento de todo el movimiento inicial que yo tenía antes de aceptar esta licencia. Además tuve que remodelar toda la farmacia poniéndome de acuerdo con dos equipos de arquitectos que ellos te mandan. La cuestión es que la farmacia se transforma: agregué un autoservice de perfumería, revelado Kodak, bijouterie y regalos, además de varias ofertas que te propone la licenciataria." "También —agrega— Vantage nos aportó nuevos servicios: una hot line para entregar remedios desde las ocho de la noche hasta la mañana, y alquiler de aparatos ortopédicos con sólo una llamada. Ellos me prometieron un 50 por ciento de aumento en mis ventas y yo ya lo superé."

En este franchising los únicos compromisos existentes son pagar un canon mensual y seguir las líneas arquitectónicas de la cadena. "Yo sigo siendo independiente; nadie me controla si vendo a diez o a veinte. Con sólo avisar con un mes de anticipación puedo salir del sistema", afirma este farmacéutico tradicional que cambió, franquicia mediante, los viejos placares por góndolas de colores.

...E DE TORMENTA

...gamaba las demandas sectoriales, para encontrar una situación similar. No en vano, Leónida Gassoni de CONINAGRO sentenció respecto de la aplicación del IVA en granos y carnes: "Estamos en presencia de una retención encubierta". En la misma línea, CRA agregaba que se producía una acumulación de crédito fiscal entre los productores como consecuencia de que el IVA ventas es sensiblemente menor que el IVA gastos. Este crédito, a su vez, será de lenta y difícil recuperación.

En el tema impuestos, se trabajó afanosamente para demostrar la magnitud y características de la carga tributaria. En un reciente informe de CONINAGRO se estimaba que los distintos gravámenes equivalen a un 30 por ciento de los ingresos brutos de una mediana explotación. La estructura de la carga tributaria mostraba otra faceta llamativa: casi dos tercios de aquella recaen sobre los factores de la producción. Por su lado, la SRA manifestaba la irracionalidad de la triple imposición (nacional, provincial y municipal) que debe soportar el sector.

La estrategia frentista no es nueva entre las cuatro organizaciones del campo. Siempre les ha permitido dotar de mayor legitimidad a sus reclamos a la vez que multiplicar su capacidad de presión. En esta oportunidad se agregaron otros elementos que le dan un matiz especial a aquella estrategia. En la realización de la cumbre de las cuatro incidió decisivamente el estado de movilización que se vive entre sus asociados. Incluso, los mismos dirigentes que en Buenos Aires mantienen un discurso más conciliador, en importantes convocatorias del interior, son arrastrados por el estado de descontento generalizado a posiciones mucho más rupturistas.

Por otra parte, en varios lugares el frente excedió el marco estrictamente agropecuario. En las asambleas de Río Cuarto, Junín o Salta, además de las organizaciones de productores participaron comerciantes, transportistas, acopiadores, representantes de bancos provinciales, entre los grupos más importantes. El hecho de que sean los pequeños y medianos productores los que se encuentren en una situación particularmente dramática, explica ese estado de movilización más amplia que acompaña los reclamos políticos. Para ellos la crisis de rentabilidad se está volviendo, en realidad, una crisis estructural.

Por último, la ausencia de referencias críticas específicas sobre la política económica facilitó la conformación del frente gremial. De haber existido aquella referencia, SRA se hubiera mantenido al margen. Por el lado de aquellas entidades que vienen sosteniendo posiciones más críticas, como FAA y, en menor medida, CONINAGRO, ello puede ser visto como una concesión temporaria e inestable a la vez. Durará hasta tanto los dirigentes comiencen a utilizar en Buenos Aires el discurso de sus representados.

RECUPERAR EL CONTROL

Los operadores opinan que el mercado bursátil recuperará en este mes toda la pérdida sufrida en agosto, pero no se ilusionan con alcanzar los picos acariciados en el boom. La participación de los grupos de control en algunas plazas animará la rueda.

(Por Alfredo Zaiat) Ni el más optimista de los corredores aspira a acariciar en el corto plazo los mágicos 890 puntos del MerVal —índice de las 14 principales líderes—, cumbre que alcanzó el mercado el 1° de junio. Sin embargo, con un humor diferente al que predominó en los últimos tres meses, los corredores recuperaron las fuerzas luego de recibir fuertes cachetazos y los negocios volvieron a fluir en el recinto. En las últimas nueve ruedas las acciones subieron un 30 por ciento desde el mínimo que tocó el mercado: el MerVal creció de 390 a 511 puntos. Una ganancia para nada despreciable.

El entusiasmo de los financistas tiene su raíz en el esperado retorno de *los mecenas* de la City después de que éstos disfrutaran de sus vacaciones en el Hemisferio Norte. Los operadores locales se juegan a que los inversores del exterior, que fueron los que tiraron la piedra que desencadenó el derrumbe al retirarse de la plaza, regresen al mercado luego de su descanso anual.

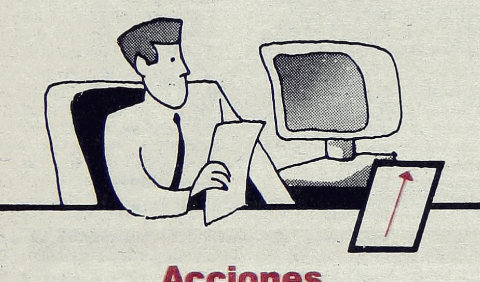
El impensado repunte de los papeles empresarios se entiende, por un lado, por la actitud de los financistas locales que buscan adelantarse a la llegada de los mecenas del exterior y, por otro, a fuertes pujas que se desarrollaron en el recinto por el control de empresas de envergadura.

Por el lado de los fondos extranjeros, éstos influyen más por las expectativas que generan que por el peso que pueden tener comprando acciones. Pero su simple presencia en la rueda encandila a los corredores. De todos modos, hasta ahora su retorno es tan sólo una esperanza de los financistas locales. Si bien algún fondo foráneo ya estuvo participando muy cautelosamente en la plaza, nada asegura que se vuelva a repetir una afluencia masiva como la que se registró el año pasado. Los operadores, en tanto, esperan ansiosos las próximas ruedas para verificar si los inversores del exterior tendrán una intervención activa o se han de limitar a negocios puntuales.

Pero las emociones fuertes, en esta oportunidad, están focalizadas en las tradicionales empresas, las que siempre fascinaron a los viejos habitués y a los legendarios timberos del recinto. En este repunte del mercado sobresalieron los papeles más castigados (Celulosa, Acindar, Siderca, entre otros), que están unidos por más de una característica en común. Además de ser empresas que pertenecen a sectores (papelero y siderúrgico) poco favorecidos por el presente modelo económico, coinciden en que sus grupos de control perdieron una porción importante del paquete durante el boom bursátil. Seducidos por los altos precios de ese entonces, los accionistas mayoritarios se desprendieron de gran cantidad de papeles —así se entiende, en parte, la depresión en sus plazas durante el auge—, con la idea de recomprarlos a un valor menor.

Ahora les llegó el momento de recuperar sus tenencias. En la plaza de Pérez Companc también se vive un fenómeno similar, pero más acotado y con rasgos muy diferentes a los de las otras empresas.

Esta puja por reconquistar los papeles de control recién se inicia y esa aventura promete ruedas muy animadas. Y la plaza que adelanta peleas memorables es la de Celulosa (la acción que más subió en la semana), compañía que se supone controlada por el Citibank y Carlos Raúl Sergi.





Dólar

(Cotización en casas de cambio)

Viernes anterior	**0,9920**
LUNES	0,9920
MARTES	0,9920
MIERCOLES	0,9920
JUEVES	0,9920
VIERNES	0,9920

La cantidad de $ que existen

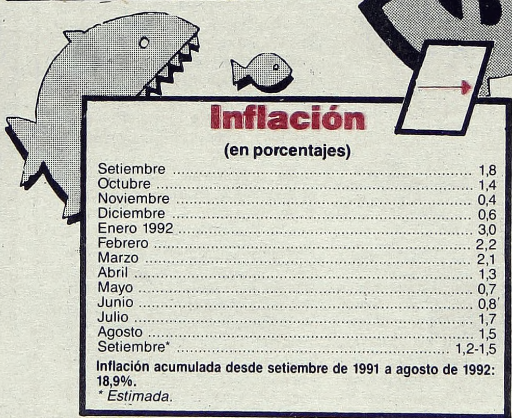
(en millones)

	en $	en u$s
Circ. monet. al 3/9	7917	7981
Base monet. al 3/9	10.045	10.126
Depósitos al 20/8		
Cuenta corriente	1595	1608
Caja de ahorro	1225	1235
Plazos fijos	3871	3902

Nota: La circulación monetaria es la cantidad de dinero que está en poder del público y en los bancos. La base monetaria son los pesos del público y de los bancos más los depósitos de las entidades financieras en cuenta corriente en el Banco Central. Se tomó el tipo de cambio correspondiente a cada fecha. Los montos de los depósitos corresponden a una muestra realizada por el BCRA.

Acciones

	Precio (en pesos)		Variación (en porcentaje)		
	Viernes 28/8	Viernes 4/9	Semanal	Mensual	Anual
Acindar	1,40	1,96	40,0	31,5	-53,6
Alpargatas	1,64	1,93	17,7	10,3	-22,8
Astra	2,62	2,89	10,3	7,0	-23,1
Atanor	1,52	1,90	25,0	17,3	-13,6
Bagley	6,10	7,30	19,7	16,8	45,9
Celulosa	0,60	0,98	63,3	50,8	-63,0
Comercial del Plata	4,95	5,75	16,2	10,2	1,8
Siderca	0,62	0,80	29,0	27,0	-60,3
Banco Francés	7,60	8,20	13,2	11,0	7,5
Banco Galicia	23,00	27,00	17,4	14,9	77,3
Garovaglio	4,55	5,78	27,0	21,7	-47,5
Indupa	0,74	1,10	48,6	46,7	-63,3
Ipako	3,05	4,15	36,1	29,7	-54,4
Ledesma	0,72	0,89	23,6	20,3	-57,6
Molinos	8,70	10,20	17,2	14,0	-1,9
Pérez Companc	6,28	6,65	5,9	5,1	-30,7
Nobleza Piccardo	35,50	43,50	22,5	20,8	20,8
Renault	33,00	30,30	-8,2	-10,1	212,4
Telefónica	3,27	3,31	1,2	-0,6	14,6
Telecom	3,18	3,16	-0,6	-1,6	—
Promedio bursátil			**7,6**	**5,1**	**-13,1**



Inflación

(en porcentajes)

Setiembre	1,8
Octubre	1,4
Noviembre	0,4
Diciembre	0,6
Enero 1992	3,0
Febrero	2,2
Marzo	2,1
Abril	1,3
Mayo	0,7
Junio	0,8
Julio	1,7
Agosto	1,5
Setiembre*	1,2-1,5

Inflación acumulada desde setiembre de 1991 a agosto de 1992: 18,9%.
** Estimada.*



Tasas

	Lunes	Viernes
Plazo fijo a 7 días	0,9	0,8
a 30 días	1,2	1,3
Caja de ahorro	0,6	0,6
Call money	1,1	1,1

Nota: La tasa de interés es efectiva mensual. Todos los valores son promedios de mercado y para los plazos fijos se toma la que reciben los pequeños y medianos ahorristas.

ME JUEGO

OSCAR BERGES

Gerente de la Sociedad de Bolsa Lion Bursátil, del Groupe Credit Lyonnais

—¿El imprevisto repunte de los papeles empresarios es una señal de que el mercado modificó su tendencia negativa?

—Creo que más que un cambio de tendencia lo que se registró en la plaza fue un cambio en el humor de los operadores. En otras circunstancias, el retroceso del miércoles (el MerVal bajó 1,8 por ciento) hubiese sido el prenuncio de un debate aún mayor.

—¿Por qué mejoró el ánimo de los corredores?

—Lo que sucedió fue que el malhumor estaba exagerado. Los indicadores económicos son muy buenos. El índice de inflación y las tasas de interés se encuentran en niveles impensados hace doce meses y la actividad económica está muy firme. Y no se puede ignorar la explosión de la recaudación impositiva del mes pasado. Todos estos son elementos muy positivos. Así como era muy difícil aconsejar invertir en acciones hace tres meses, ya que cuando uno estudiaba las relaciones de precio-valor-libro y precio-utilidad era muy complicado encontrar una empresa atractiva, ahora son muchos los papeles que tienen relaciones técnicas interesantes.

—Pero el salto de las cotizaciones se produjo luego de una interna muy fuerte en el gabinete nacional, ¿los operadores se desentendieron de los aspectos políticos?

—El mercado no tiene ninguna duda de que en estos momentos el ministro Domingo Cavallo es inamovible. Nadie se atreve a cuestionar las actuales reglas de juego y menos imaginar que alguien quiera patear el tablero.

—Entonces, ¿cuáles son las perspectivas de la plaza?

—Las acciones tiene mucho más para crecer que para bajar. La suba no será tan lineal como en otras oportunidades, ya que con la debacle de las cotizaciones quedaron muchos heridos con fuertes pérdidas. Creo que se registrarán fuertes serruchos en los precios.

—¿Piensa que la Bolsa podrá recuperar en este año todo lo que perdió en los últimos tres meses?

—No. Estimo que el mercado puede recorrer un 50 por ciento desde el cierre del viernes. Me juego a que el MerVal puede alcanzar un nivel de 750 puntos antes de fin de año.

—¿Recomienda invertir en acciones?

—Sí. A las actuales cotizaciones, las empresas tabacaleras, telefónicas y alimentarias son muy atractivas.

—¿Cómo armaría una cartera de inversión?

—Colocaría un 20 por ciento en BIC V, un 40 en acciones, un 20 en Obligaciones Negociables y otro 20 por ciento en un plazo fijo en pesos. Además, empezaría a juntar fondos para comprar acciones de las empresas privatizadas, ya que estimo que serán un buen negocio para los inversores.

—La experiencia de Telecom no fue muy agradable para los ahorristas.

—Creo que las autoridades económicas han aprendido de la lección de Telecom. En esa licitación el objetivo era maximizar los ingresos fiscales, lo que puso en riesgo la economía popular de mercado.

—¿Cree que se mantiene la actual paridad cambiaria?

—Hasta fines de 1993.

Bónex

Serie	Precio (en pesos) Viernes 28/8	Viernes 4/9	Variación (en porcentaje) Semanal	Mensual	Anual
1984	93,90	93,00	-0,96	-0,80	5,89
1987	81,30	81,80	0,62	-0,24	5,84
1989	79,50	80,00	0,63	-0,12	5,25

Nota: Los precios son por las láminas al 100 por ciento de su valor sin descontar las amortizaciones y rentas devengadas.

Bónex en dólares

Serie	Precio Viernes 28/8	Viernes 4/9	Variación (en porcentaje) Semanal	Mensual	Anual
1984	94,35	94,25	-0,11	-0,26	5,84
1987	82,00	82,85	1,04	1,04	6,73
1989	80,40	80,70	0,37	-0,12	5,64

Nota: Son los precios que hay que pagar por las láminas de 100 dólares.



Sacudón en el Norte

SUBDOLARES Y SUPERMARCOS

El derrumbe de la divisa norteamericana frente a la de Alemania agudizó las tensiones en el Sistema Monetario Europeo y reveló los efectos de la disparidad de tasas de interés. Las exportaciones estadounidenses se beneficiaron con el movimiento, que prenuncia una menor actividad en la CEE.

Una idea del clima reinante en la CEE, luego de que se desplegara con toda su fuerza la crisis que puso en vilo la estabilidad monetaria, la dio el presidente de Olivetti, Carlo de Benedetti. En un artículo del semanario italiano *L'Espresso* calificó de "suicida" la política de tasas alemana, porque pone en peligro el proceso de unificación europea y exporta recesión. A su vez, el conservador francés Jacques Chirac exclamó: "Los alemanes no tienen ningunas ganas de dar su moneda a Europa. Si Francia no aprovecha la oportunidad de una coordinación monetaria europea fuerte, con moneda única, el franco se convertirá en un satélite del marco".

Los acontecimientos reconocen dos puntos de partida, según se prefiera. El pasado viernes 21 de agosto el dólar alcanzó un mínimo histórico en su tipo de cambio frente a la divisa alemana (1 a 1,43). Ese movimiento fue interpretado como efecto de las dificultades en la unificación germana. Pero otros analistas recordaron el antecedente de principios de julio, cuando el Bundesbank subió sus tasas de interés, mientras la Reserva Federal estadounidense hizo todo lo contrario —las bajó sustancialmente— abriendo un diferencial de 6 puntos que prenunciaba la tormenta.

Para aventar el riesgo inflacionario y continuar siendo atractiva a los inversores, Alemania ofrece los tipos de interés más altos desde la Segunda Guerra (9,75 por ciento). Mientras, EE.UU. no ha tenido una tasa de 3,3 puntos desde hace tres décadas, pero se ha visto en la necesidad de practicar esa política para evitar que se prolongue aun más la recesión.

El caso es que dos lunes atrás la moneda norteamericana volvió a caer (a 1,39). Las tensiones provocadas por el sacudón fueron así las de mayor calibre desde que en enero de 1987 tuvo lugar el último realineamiento general de paridades en el seno del Sistema Monetario Europeo (SME). Precisamente, ese mecanismo fue ideado para conformar un área de estabilidad cambiaria de los 12 países comunitarios (aunque Grecia todavía no se ha adherido).

A pesar de que esta semana los mercados reaccionaron con calma, las monedas de Reino Unido, Italia y, en menor medida, Francia, se situaron cerca de sus límites máximos de depreciación permitidos frente al marco alemán. Y no sería ajena a ese rumbo la expectativa sobre la probable ruptura del proceso de unión europea. De hecho, el próximo test es el referéndum sobre los acuerdos de Maastricht convocado en Francia para el 20 de este mes, que podría suponer un duro golpe si se confirman las encuestas que hablan de un triunfo del "No".

François Mitterrand presentó esa perspectiva como "un drama nacional", que consistiría en primer lugar en una crisis bursátil, ya que, al alejarse del horizonte la posibilidad del ecu, toda la lógica del *franco fuerte* carecería de sentido. Los expertos consideran que la solución devaluadora e inflacionaria ocuparía el lugar que hoy corresponde a las políticas de rigor monetario. En esa situación, los gobiernos más proeuropeos (los de Madrid, Bonn, Roma y Lisboa) se quedarían sin proyecto, mientras en Alemania no faltarían quienes soñasen con imponer el marco como moneda continental.

En Londres, el ministro de Finanzas, Norman Lamont, aportó un grano de alivio al ratificar que no se devaluará la libra esterlina (cosa que hizo a su vez el gobierno italiano), mientras también ayudó al sosiego la declaración del Bundesbank en el sentido de que no se está propiciando un "realineamiento" monetario. El bache, entre salto y salto, se cubrió con fortísimas compras de la moneda norteamericana por parte de los bancos centrales. El caso español es ilustrativo: para sostener la peseta se destinaron en agosto 2000 millones de dólares.

Tras el juego de las cotizaciones se despliega en realidad la pulseada con las otras dos monedas mundiales: el dólar y el yen. En el caso de Estados Unidos, el retardo en el despegue de la economía hizo que la noticia resultara bienvenida. Con el marco a 1,40 dólares, el petróleo *made in USA* será competitivo con el de cualquier otro país; los Ford y los Chrysler saldrían más baratos que los Honda; y los Boeing recuperarían el terreno perdido ante Airbus.

Sin embargo, muchos creen que la caída del dólar se asienta en la perspectiva de mayores déficits estadounidenses. Si sigue Bush, porque no podrá recortar impuestos como viene prometiendo sin aumentar el desequilibrio; y si lo reemplaza Bill Clinton, porque los gastos sociales propiciados acentuarían el *rojo* de las cuentas fiscales. Por las dudas, el portavoz de la Casa Blanca, Marlin Fitzwater, negó una intencionalidad política (la búsqueda de la reelección de Bush) al derrumbe de la moneda.

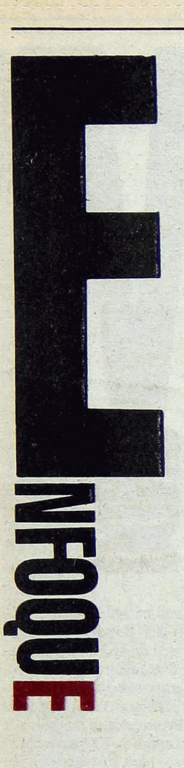
Para el futuro, el único cambio que avizoran los analistas es un posible endurecimiento de la política monetaria estadounidense, para evitar que continúe la salida de capitales. Esa previsible suba de tasas para después de las elecciones hará aun más difícil salir de la recesión. Mientras, las señales de repunte de precios en Alemania hacen descartar una táctica más laxa. El freno a la actividad económica, tanto en EE.UU. como en Europa, se perfila así como el precio a pagar tras el terremoto monetario.

Canciller alemán, Helmut Kohl, y presidente de EE.UU., George Bush.

Pese a las coincidentes carcajadas, dos políticas monetarias contrapuestas.

AFP





(Por Marcelo Zlotogwiazda) "Los enfermos terminales muy rara vez se suicidan. Por lo general prefieren prolongar lo más posible su agonía con la esperanza de que algún milagro o imprevisto les salve la vida." Esa caracterización psicológica fue utilizada el jueves por un economista como diagnóstico de lo que le ocurre a Cavallo: "El sabe que con este tipo de cambio el plan termina explotando inexorablemente, pero cree —y con bastante razón— que si devalúa ahora corre serios riesgos de suicidarse".

La comparación del actual estado de la economía con la situación de un enfermo terminal es, por lo menos, exagerada. El Banco Central dispone de reservas suficientes (más de 10.000 millones de dólares) como para frenar la más feroz de las corridas contra el peso, la actividad productiva ha dejado de crecer pero se mantiene en los máximos niveles de los últimos diez años, la Tesorería sigue recaudando bastante más de lo que gasta y, lo que tal vez sea más relevante que todo lo anterior, la política económica sigue concitando más adhesión que rechazo social.

No obstante, la analogía del comienzo tiene como virtud la claridad didáctica para comprender el dilema de la Convertibilidad. Con tipo de cambio fijo y tasas de inflación que siguen muy lejos (desde abril del año pasado el índice de precios al consumidor aumentó un 38,2 por ciento) de converger con las del Primer Mundo, la competitividad argentina está presa en una senda de deterioro que fatalmente desembocará en una crisis. Lo que nadie sabe es cuándo.

Con los números macroeconómicos a su favor —los que le ordenó recitar a Schiaretti durante su irrupción telefónica al programa de Grondona— y ante la incertidumbre acerca del momento en que aflorará la crisis que se está incubando, es prácticamente seguro que en lo que resta del año el ministro optará por dejar inmóvil el tipo de cambio en lugar de arriesgarse a poner en peligro la relativa estabilidad alcanzada. Y si no lo mueve en los próximos meses difícilmente lo haga el año que viene, dado que a medida que se acerquen las elecciones del '93 el Gobierno le prestará cada vez más atención al muy cuestionable paradigma sobre el cual Rosendo Fraga y Manuel Mora y Araujo construyen toda la arquitectura de su análisis político: la cantidad de votos en favor del oficialismo es inversamente proporcional a la tasa de inflación.

Por razones distintas al conflicto obrero-patronal que ha paralizado su planta de Campana desde el 18 de agosto (la versión empresaria asegura que el origen no han sido ni despidos ni suspensiones), lo que ha venido ocurriendo en los últimos años en Siderca es un claro anticipo de la crisis que se avecina. Con la simple fórmula de no cubrir las bajas por renuncias voluntarias o jubilaciones, la siderurgia del grupo Techint ha logrado reducir su plantel de 5057 a 4490 entre junio de 1988 e igual mes de este año, mientras que durante ese mismo período la producción subió de 410.000 a 660.000 toneladas. Esa enorme ganancia de productividad, que hasta 1989 les significó superutilidades, a partir de 1990 les permitió compensar parte de los estragos que les hizo el dólar barato (Siderca exporta más del 80 por ciento de su producción). La apuesta de Cavallo es que el ejemplo de Siderca cunda por toda la economía.

Nada indica a priori que ese deseo no se cumpla. No obstante, la supervivencia del actual aparato industrial no es para nada incompatible con un escenario de crisis. Las razones son varias. En primer lugar, porque la expulsión de mano de obra que seguirá provocando el ajuste y la eficientización de muchas compañías, a partir de ahora no se compensará con el mayor empleo que generó la fuerte reactivación inicial de este plan. Pero tampoco, y esto es lo central, porque vayan a haber inversiones en nuevos proyectos que aumenten los puestos de trabajo y potencien la capacidad de exportar.

En los balances presentados a la Bolsa por las 21 empresas líderes se pueden apreciar algunos fenómenos preocupantes para el futuro industrial y la capacidad de competir internacionalmente de la economía argentina:

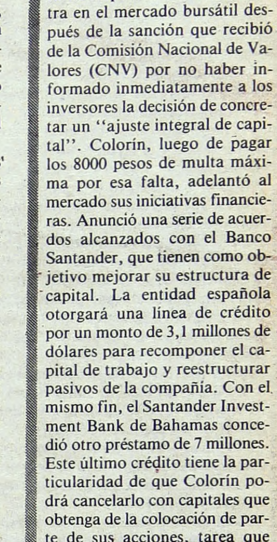
1) Las dos empresas de servicios, Telefónica y Telecom, aumentaron sus ganancias conjuntas de 73 millones de dólares en el tercer trimestre del '91 a 117 millones en el segundo del '92. En ese período de doce meses acumulan una fantástica utilidad de 366 millones.

2) Las siete industrias de insumos básicos y fuertemente exportadoras (Ipako, Indupa, Garovaglio, Siderca, Celulosa, Atanor y Acindar) perdieron 45 millones en el tercer trimestre del año pasado y 54 en el segundo de este año. Los rojos acumulados en esos doce meses ascienden a 179 millones.

3) Gracias a la reactivación, las siete productoras de bienes de consumo final (Terrabusi, Piccardo, Molinos, Ledesma, Renault, Bagley y Alpargatas), mostraron resultados muy buenos, con ganancias que fueron subiendo de 19 millones en el tercer trimestre del '91 a 40 entre abril y junio del '92.

4) Los dos bancos (Galicia y Francés) y las tres petroleras (Pérez Companc, Comercial del Plata y Astra) también arrojaron utilidades.

Quien tenga memoria recordará que en la época de Martínez de Hoz sucedió algo bastante parecido. Al sector terciario de servicios le iba muy bien, lo mismo que a bancos y petroleras, y mientras algunas industrias de bienes finales se las arreglaban, las que exportaban la pasaron mal. Eran tiempos donde muchos indicadores macroeconómicos daban cifras saludables, aunque la economía ya sufría una grave enfermedad que tardó un par de años en evidenciarse.



COLORIN

La fábrica de esmaltes y pinturas empezó a hacer buena letra en el mercado bursátil después de la sanción que recibió de la Comisión Nacional de Valores (CNV) por no haber informado inmediatamente a los inversores la decisión de concretar un "ajuste integral de capital". Colorín, luego de pagar los 8000 pesos de multa máxima por esa falta, adelantó al mercado sus iniciativas financieras. Anunció una serie de acuerdos alcanzados con el Banco Santander, que tienen como objetivo mejorar su estructura de capital. La entidad española otorgará una línea de crédito por un monto de 3,1 millones de dólares para recomponer el capital de trabajo y reestructurar pasivos de la compañía. Con el mismo fin, el Santander Investment Bank de Bahamas concedió otro préstamo de 7 millones. Este último crédito tiene la particularidad de que Colorín podrá cancelarlo con capitales que obtenga de la colocación de parte de sus acciones, tarea que también realizará el Santander. En la plaza se menciona, además, que en el grupo de control de la compañía se están produciendo cortocircuitos entre los principales accionistas —Fifaco y Solican— y que una de las formas de zanjar esa disputa fue la de realizar un aumento del capital social. Las nuevas acciones por unos 14 millones de pesos serán suscriptas en su totalidad por los accionistas mayoritarios, en ejercicio de su derecho de preferencia.

WHITE MARTINS

La empresa brasileña White Martins compró el 60 por ciento de las acciones de la compañía argentina Fracchia Hermanos. Esta compañía produce el 16 por ciento de los gases industriales del mercado local. El monto de la operación alcanzó los 13,6 millones de dólares. White Martins es líder en este sector en la plaza brasileña y en su desembarco en el país proyecta invertir 30 millones de dólares en la expansión de la compañía Fracchia Hermanos en los próximos tres años.

MBA

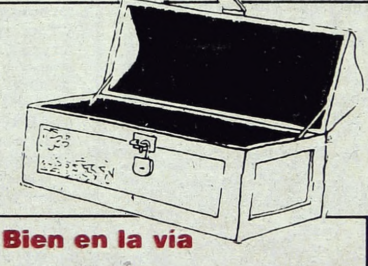
Desde noviembre del año pasado el broker James Capel Incorporated y la entidad financiera Merchant Bankers Asociados (MBA), de Alejandro Shaw, Jorge Bustamante y Alejandro Reynal, están intentando cerrar un fondo de 40 millones de dólares con aportes de inversores del exterior. El objetivo de este fondo será el de destinar recursos para la compra de paquetes accionarios de empresas argentinas que no coticen en Bolsa. La iniciativa de MBA se denomina The Argentine Emerging Company Fund N.V., registrada en Dublín, Irlanda, y está compuesta por 4 millones de acciones de 10 dólares cada una.

SIDERCA

El conflicto laboral en la acería de los Rocca obligó a los analistas bursátiles a estudiar con más detenimiento su último balance. En el primer trimestre, Siderca experimentó una pérdida de 14,5 millones de pesos, pero lo que permite entender en parte los problemas con los trabajadores se encuentra en las cifras sobre su volumen de producción, que declinó un 17 por ciento en ese período.

EL BAUL DE MANUEL

Por M. Fernández López



Agarrala, Juan ¡es tuya!

No debe tener el hombre las cosas exteriores como propias, sino como comunes, de modo que fácilmente dé participación en ellas a los otros cuando lo necesiten. Santo Tomás de Aquino, *Suma Teológica*.

Usted tiene una empresa, produce el bien X y lo vende al precio p; usa la cantidad de trabajo T, que compra al precio a. Querrá, claro, maximizar el lucro neto, o ingreso por ventas $(p.X)$ menos costo de producción $(s.T)$: el óptimo estará en $o = p.Y$, y donde Y es la productividad (marginal) del trabajo, que implica pagar al trabajo según su contribución al producto multiplicada por el precio p. Wicksteed construyó hace un siglo un modelo de distribución del ingreso según este principio, que combinado con el *Teorema de Euler* "demostraba" un reparto exacto del valor de la producción entre los factores, sin sobrantes ni exacciones ilegítimas. Construcción "verdadera" en el papel: es la inevitable implicación de ciertos postulados previos.

Este modelo abstracto, de difícil estimación —los datos argentinos dependen de información monopolizada por las empresas— es hoy única regla legal para ajustar salarios nominales. Imponer a la oferta como única opción aquellas combinaciones que son óptimas para la demanda no parece un "juego" que asegure el equilibrio social, es más ley de la selva que ley de mercado. Considerar sólo la demanda de trabajo, ignorar la oferta y su necesidad de un precio mínimo —porque de él depende la vida del oferente— es un sistema cuasi esclavista. El Primer Mundo, en cambio, busca ampliar el mercado de las empresas con salarios que permitan un mínimo de bienestar. En Estados Unidos, la parte de los salarios en el producto nacional no bajó del 60 por ciento a lo largo de décadas, mientras aquí apenas excede la mitad de ese índice.

La violencia de arriba se refleja en la imposición del principio del salario-productividad, que mantiene congelados los salarios nominales desde 17 meses atrás, en un contexto de inflación no dominada —en ese lapso los alimentos aumentaron 50 por ciento—. De donde disminuye, mes tras mes, el salario real. Y aún se habla de disminuir el salario nominal, o mejorar la competitividad empresaria bajando el "costo laboral". Las consecuencias son pavorosas. Un tercio de la población está ya en condiciones de tomar por propia mano lo que le niega el resto de la sociedad, y alegar "estado de necesidad" (arts. 34, inc. 3 y 41, Cód. Penal). O invocar al propio Santo Tomás: "Usar de cosa ajena sustraída en caso de extrema necesidad no tiene razón de hurto, puesto que tal necesidad hace nuestro lo que tomamos para sustentar nuestra propia vida". ¿Violencia o justicia social? Qué camino elija el Gobierno se verá en los números del Presupuesto sobre salud, educación, agua potable y salarios.

Bien en la vía

La crisis bursátil hizo rememorar la euforia y triunfalismo de un año atrás, calificados ahora como "error de optimismo", y se previno contra el simétrico "error de pesimismo". Acaso sin saberlo, se estaba explicando el sube y baja por causas psicológicas. Igual que en el '20 lo hacían Pigou y Taussig: "Entra en escena el factor psicológico. Un penetrante espíritu de optimismo invade en tiempos de actividad a la mayoría de hombres de negocios, como lo hace un espíritu de pesimismo en momentos de depresión". Los economistas analizaban al empresario; pero también el pueblo es presa de optimismo o pesimismo, según las fases del ciclo.

Años aciagos para el común fueron los cuatro que siguieron a la crisis del '29, en que el Estado no actuó contra ella hasta noviembre del '33. Al contrario, recortó sueldos a sus empleados, mientras los precios agrícolas bajaban y se destruían las cosechas: desempleo en el campo, migración a la ciudad y allí, la nada. En la cima del ciclo —1933— la ira se sublimaba en tangos: "Sus pibes se mueren de frío/ y lloran hambrientos de pan./ Cachó la barreta:/ Un vidrio, unos gritos, carreras, auxilio..." (Celedonio Flores, "Pan"). "Declaran la huelga,/ hay hambre en las casas,/ es mucho el trabajo/ y es poco el jornal,/ y en ese entrevero/ de lucha sangrienta/ se venga de un hombre/ la ley patronal" (Mario Batistella, "Al pie de la Santa Cruz").

Setiembre del '30: colapso económico y político. El viernes 5 —mientras la FUBA y Palacios piden la renuncia de Yrigoyen, éste delega el mando, hay tumulto en el Concejo Deliberante, conspiración en *Crítica* e implantación del estado de sitio— la Negra Bozán estrena "Yira, Yira"..., la queja del abandonado. Del sin trabajo: "Buscando ese mango/ que te haga morfar". Del viejo: "Cuando te dejen tirao/ después de cinchar". A pocas horas, Uriburu se manda: rompe el orden constitucional e impone la primera de nuestras cinco dictaduras militares.

Antes importaba maquinaria, equipos y materias industriales. Hoy el país importa desperdicios. Luego de estrenado, usado y desechado, el modelo de Thatcher y Reagan lo compró la Argentina: Estado no interventor, que deja al ciclo económico estragar sin freno. Ese Estado —que mucho dilapida en champaña y viajes— dio ya su respuesta a los trabajadores que no ganan para vivir: "Aquí no damos pan; si quieren pan, vayan a la panadería". Tal cual en el '30, cuando Marambio Catán escribió "Acquaforte": "Un viejo verde, que gasta su dinero/ emborrachando a Lulú con su champán,/ hoy le negó el aumento a un pobre obrero,/ que le pidió un pedazo más de pan".